Management mobility

Publikováno: 7. 3. 2007

Naším cílem tedy je udržet vysoké objemy mobility a současně významně redukovat nechtěné důsledky dopravy na člověka a životní prostředí. Vedle nových technologií a optimalizace dopravních systémů jde o to, porozumět mobilitě společnosti. Optimálním se jeví propojenost všech dopravních způsobů, nikoli její konkurence. Budoucnost mají kombinovatelné systémy s optimálními ekonomickými charakteristikami. Proto je nutné v rámci výzkumu vytvořit ideje, strategie, technologie a služby, které využijí specifických předností různých dopravních prostředků tak, že jejich silné stránky budou využity v rámci celého systému. Cílem je udržení mobility, zvyšování ekonomických charakteristik dopravy, zlepšování infrastruktury a její výkonnosti, zmírnění následků dopravy na životní prostředí, zvyšování dopravní bezpečnosti a optimální spolupráce různých druhů dopravy v jednotném systému.

Tento celostní pohled nazývaný Mobility management (dále MM) se dá přeložit jako racionální nabídka mobility a jedná se primárně o poptávkově orientovaný přístup v osobní a nákladní dopravě, vyžadující nové spolupráce a řadu nástrojů k podpoře změny postojů a chování směrem k udržitelným druhům dopravy [1]. Jde tedy o velmi širokou problematiku, kterou na národní úrovni má zastřešovat vláda v rámci své dopravní politiky, vládních usnesení a legislativní podpory. MM má potenci stát se velmi významným nástrojem na cestě k tzv. trvale udržitelnému rozvoji v dopravě. Představuje komplexně pojatý přístup s dlouhodobými cíli a konkrétními nástroji s využitelností na místní úrovni a zaměřením na lidi, jejich potřeby prostřednictvím změny postojů a chování.

Nástroje MM jsou založeny na kvalitním informování, intenzívní komunikaci, organizaci mobility a její koordinaci. Udržitelné druhy dopravy jsou pro potřeby MM definovány jako: pěší a cyklistická doprava, sdílení automobilů - car-pooling (pro dojíždění do zaměstnání, placený autostop), car-sharing (podílové spoluvlastnictví)) a veřejná hromadná doprava (jakákoli včetně taxi). MM se vymezuje vůči "Trafic System Management" (management dopravního systému), což je hlavně nabídkově orientovaný přístup, snažící se o optimalizaci kapacit dopravních koridorů telematickými způsoby, cenovými systémy a podobně. (Ačkoliv některé nástroje mohou být u obou přístupů podobné, management dopravního systému je více zaměřený na řešení koncového výstupu, kdežto management mobility tento přístup předchází. Pro MM je zvláště důležité ovlivňování lidské volby dopravy předtím, než se lidé rozhodnou, jak budou cestovat.)

Konstituování MM odpovědělo na potřebu takových přístupů v řešení tíživého problému neustále se zvyšující poptávce po mobilitě, které jednoduše nespoléhají na stavění nových silnic nebo zavádění vyspělých technologií. Vedle těchto "tvrdých" opatření je zde totiž naléhavá potřeba více "měkkých" opatření, které poskytnou široké pásmo služeb zabývající se potřebami uživatelů a ovlivňující je ke změně jejich dopravních zvyklostí.

Rovnost šancí ve využití a dostupnosti prostorů aktivit

Atraktivita městských prostorů se zvyšuje s jejich rozvojem a podporou přístupu všech obyvatel. Pouze fyzické uspořádání nemůže zajistit bezpečnost všech účastníků. Proto je třeba vytvářet kampaně a vyvinout koordinační nástroje. Je možné aplikovat znovu osvědčené praktiky. Je možné používat různé akcelerátory na různých úrovních, institucionální, technické a sociální. Jiný typ komunikace a kooperace je vhodný při implementaci pro vlastníky automobilů, jiný pro chodce, jiný pro cyklisty a děti. Velkou úlohu hraje vzdělání a informovanost cestujících.

Mobilita a legislativa

Právní a institucionální struktura a také spojení mezi různými institucemi vytvářejí rámec pro dopravní politiku v každé oblasti, městě, regionu i státu. Je důležité sledovat vliv těchto struktur na využití různých dopravních módů. Nabízí se zkoumání efektivity různých systémů v rámci mobility

managementu. Je důležité přesvědčit hlavní aktéry městského rozvoje (politiky, techniky, atd.) k intenzivní podpoře mobility managementu a společné integrované dopravní politice.

Volba dopravních prostředků a orientace k životnímu prostředí

Navzdory různým pesimistickým předpovědím roste doprava jak v oblasti přepravy cestujících, tak v oblasti přepravy zboží. Negativní dopad na životní prostředí, bezpečnost a zdraví obyvatel je velice dobře znám. Proto je důležité se zamyslet nad optimalizací vztahů mezi službami v oblasti dopravy a požadavky cestujících. Co může ovlivnit přístup k managementu mobility? Existují příklady úspěšného působení na cílové skupiny (zaměstnance, zaměstnavatele, studenty, žáky, rodiny, atd.), orientované na mobility management s cílem redukovat negativní dopad dopravy.

Díky cílené školní výuce i důležitosti tématu je povědomí o životním prostředí je u mnoha lidí dnes velice silné. Proto tyto postoje a myšlenky mohou mít značný vliv na volbu dopravních prostředků. Četné vědecké instituce, zkoumající postoje a společenské vědomí se zajímají, jak postoje k životnímu prostředí mohou ovlivnit výběr prostředků dopravy a zda je možné pomocí kampaní ovlivňovat výběr dopravních prostředků – zejména takových, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Výzkumníci se zaměřili na postoje k životnímu prostředí a využívání prostředků hromadné dopravy ve městech, jízdních kol a pěší dopravy. Od roku 1996 byla vytvořena celá řada empirických studií, které tento problém analyzovaly. Studie doložily zvláštní postavení dopravy v myšlenkách a chování jednotlivých osob. Jak se předpokládalo, studie ukázaly, že postoj k životnímu prostředí není nejsilnějším faktorem při výběru dopravních prostředků. Hraje ovšem určitou roli. Tato role se zvětšuje, když respondenti měli větší množství času k transportu a jejich rozhodování tedy nebylo ovlivněno časovým faktorem. Apel na povědomí k životnímu prostředí může být účinný, pokud máme atraktivní alternativy dopravy (kvalitní městskou hromadnou dopravu, komfortní síť cyklistických stezek a atraktivní prostředí k chůzi). V tomto případě je možné, že respondenti zvažují faktor životního prostředí ve větší míře a jsou ochotni více využívat alternativních prostředků dopravy ke svým cestám.

MM se obrací především na určité kategorie obyvatel: mladé rodiny; děti v předškolním věku; školáky; dospívající; lidi ve středním věku; důchodce; handicapované občany. Důraz je kladen na mezigenerační změnu postojů a dopravního chování. Konkrétně MM sestává z poskytování informací a poradenství (cyklistické mapy, mapy pro nákladní dopravu, itineráře organizací (plánky dostupnosti škol, firem a podobně), informace o možnosti přestupů v rámci veřejné dopravy, jízdní řády...), konzultační činnosti (analýzy původní situace, návrhy alternativ a doporučení jako jsou dopravní plány organizací nebo srovnávání různých druhů dopravy z pohledu dopravního času, nákladů a dopadů na životní prostředí,...), osvěty a výchovy (dopravní výchova na školách, organizování dnů bez aut, zvyšování povědomí o dopadech dopravy na životní prostředí,...), organizace a koordinace dopravy (podpora integrovaných dopravních systémů, zprostředkovávání car-pooling a car-sharing, doručovatelské služby zboží pro zákazníky,...), prodeje rezervování a půjčování (prodej lístků a kuponů pro veřejnou dopravu, rezervování míst v car-pooling, půjčování kol, přívěsů pro kola a podobně).

Cenové mechanismy

Tarify a cenové mechanismy služeb v mobilitě, transportní infrastruktura a zařízení parkovišť jsou nejdůležitějšími faktory, které ovlivňují poptávku po mobilitě. Je rozdíl mezi financováním dopravy v městských oblastech a na venkově. Důležité je znát pobídkové mechanismy a možnosti, jak stimulovat zájem o určité mody dopravy pomocí mobility managementu.

Změna v oblasti dopravy

MM se mohou zabývat: místní a regionální úřady; vlastníci pozemků nebo jejich správci; veřejní dopravci; organizátoři společenských akcí; komerční zájmové skupiny; obchodní spolky a zaměstnanecké organizace; chodci, cyklisté nebo jiné skupiny silniční dopravy; komunitní skupiny. MM se realizuje na úrovni měst a obcí (konzultační informační a servisní centra (existuje celá řada příkladů ze zahraničí), účast občanů na řešení dopravních problémů), podniků úřadů a jiných organizací (dopravní plány, manažeři mobility, výhody pro cyklisty, ...), škol a univerzit (výchova

a osvěta, MM jako vysokoškolský studijní obor), zákaznického a turistického servisu (dovážkový servis, speciální lístky pro turisty, ...), nákladní dopravy (logističtí operátoři, skupiny dopravců na městské a regionální úrovni, ...)

Partnerství, vytváření spolupráce

Pro mobility management je vhodné vytvářet partnerství aktérů na lokální, národní a mezinárodní úrovni [2]. Rozšíření pomůže publikace výsledků výzkumu, studií, experimentů a všech dobrých praktik. Proto musí být diseminace založena na dlouhodobých akcích jako jsou kampaně orientující pozornost na mobility management, podávající informace a posilující upřednostňované chování. Diskutuje se kvalita akcí a způsob výměny informací. Sledují se nejúspěšnější akce a vyhodnocuje se způsob působení při změně chování občanů a vedoucích pracovníků pomocí komunikačních nástrojů.

---

[1] Mobility Management k řešení problematiky dopravy, Viz materiály konference k 10. výročí založení CDV v hotelu Myslivna, Brno, říjen 2003.

[2] V souladu s obecnými východisky Programu mobility pro všechny jsou proto sledována zejména následující specifická východiska:

1. atraktivní, tzn. ekologické a přístupné místní a regionální dopravní systémy jako důležitá součást napojení na evropský dopravní systém,
2. rozvoj místních a regionálních dopravních systémů s prvořadou úlohou obecních a krajských úřadů, spolupracujících s uživateli a provozovateli dopravy a správci komunikací,
3. potřeba zajištění odborné pomoci a přiměřené politické a ekonomické podpory úřadům, uživatelům a provozovatelům dopravy a správcům komunikací při naplňování Programu mobility prostřednictvím pilotních projektů.